

Верес Шамоши Марианн, д.э.н., Мішкольцький ун-т, Венгрия, зав.кафедрой
Н.П. Ткачева, НТУ «ХПИ», г. Харьков, преподаватель

ИССЛЕДОВАНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В теории анализа конкурентных преимуществ промышленных предприятий, встречается мнение, что конкурентное преимущество предприятия, как и всякое другое явление, не может существовать вечно. Это объясняется постоянным изменением конъюнктуры рынка, изменениями

факторов, влияющих на достижение преимуществ, моральным и физическим старением элементов стратегического потенциала предприятия.

В связи с этим, на наш взгляд, необходимо ввести понятие жизненного цикла конкурентного преимущества и определить следующие этапы (фазы) жизненного цикла конкурентного преимущества фирмы:

Зарождение конкурентных преимуществ: формирование стратегического потенциала фирмы. Инвестиции направляются в наиболее значимые элементы стратегического потенциала, способные быстро создать базис для конкурентоспособности фирмы. Одновременно происходит поиск и реализация наиболее предпочтительных для себя условий.

Ускорение роста конкурентных преимуществ: усиление стратегического потенциала фирмы за счет интенсификации инвестиционной деятельности, стимулируемой параметрами спроса на продукцию фирмы. Отдельные элементы стратегического потенциала фирмы складываются в систему, между ними возникают устойчивые связи, позволяющие получить эффект целостности, существенно усиливающий конкурентные преимущества. Усиливается взаимодействие фирмы с родственными и поддерживающими отраслями и повышается степень агрессивности конкурентной стратегии фирмы.

Замедление роста конкурентных преимуществ: может стать следствием начала проникновения на рынок большего числа конкурентов, появлением более сильных соперников. В связи с этим некоторые элементы стратегического потенциала фирмы перестают соответствовать изменившейся ситуации. Фирма вынуждена вкладывать дополнительные средства в обновление технической базы, повышения уровня технологии и организации производства. Но соперничество в конкурентной борьбе еще не настолько сильно, чтобы лишить фирму лидерства.

Зрелость конкурентных преимуществ: наступает в результате напряжения всех основных сил фирмы. Некоторые соперничающие фирмы, не выдержав конкуренции, ушли с рынка. Фирма использует

нетрадиционные средства производства, кредитные ресурсы для поддержания на соответствующем важнейшие элементы стратегического потенциала.

Спад конкурентных преимуществ: наступает за счет агрессивной политики соперничающих фирм, а также за счет усиливающегося старения ресурсов фирмы. Это относится как к вещественным, так и к кадровым, информационным, организационным ресурсам. Руководство и управленческие службы фирмы не могут принять меры по ремаркетингу или поддерживающему маркетингу конкурентного преимущества.

Возможны и другие виды жизненного цикла конкурентного преимущества, обусловленные различными, в том числе и форс-мажорными обстоятельствами, складывающимися в стране и за рубежом, в различных секторах экономики или в самих фирмах.